

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HUBUNGAN ANTARA GAYA HIDUP *BRAND MINDED* DENGAN PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK *FASHION* PADA REMAJA

Oleh

Rahmat Julianto

(rahmatjulianto1410@yahoo.com)

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri

Sultan Syarif Kasim Riau

Abstrak

Gaya hidup remaja yang *brand minded* pada saat sekarang ini mengarah kepada perilaku pembelian yang impulsif tanpa memikirkan fungsi dan manfaat dari barang yang dibeli. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya hubungan antara gaya hidup *brand minded* dengan perilaku pembelian impulsif produk *fashion* pada remaja. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik korelasional. Jumlah subjek penelitian sebanyak 274 siswa di SMAN 5 Pekanbaru yang diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala gaya hidup *brand minded* dengan 22 aitem dan skala pembelian impulsif 18 aitem. Hasil analisis data penelitian dengan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson* menunjukkan adanya hubungan antara gaya hidup *brand minded* dengan perilaku pembelian impulsif produk *fashion* pada remaja dengan nilai $r = 0,450$. Dan nilai signifikansi (p) $0,000$ ($p \leq 0,01$). Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan perilaku pembelian impulsif produk *fashion* pada remaja.

Kata Kunci: Gaya Hidup *Brand Minded*, Perilaku Pembelian Impulsif, Remaja.